

РЕГИОНАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ, СОЗДАНЫХ МАЛЫМИ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ПРИ ВУЗАХ

Ильин Андрей Борисович, аспирант ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ)»

В настоящее время малое инновационное предприятие является одной из ведущих организационных форм коммерциализации результатов научных исследований, изобретений, созданных как юридическими лицами – научными организациями, вузами, так и физическими лицами – научными работниками, специалистами. С момента принятия 217-ФЗ прошло уже более 3 лет, и за это время в деятельности малых инновационных предприятий выделился целый ряд проблем.

Рассмотрим обобщенно процесс коммерциализации, чтобы определить «проблемные точки» превращения научных результатов высшей школы в интеллектуальный продукт.

Этот процесс можно разделить на несколько этапов: стадия генерации идеи – опытный образец – доработка – доведение до потребителя. Некто генерирует решение, затем оно получает подтверждение работоспособности (лабораторная стадия). Очевидно, что генерация идеи всегда стоит на первом месте. В любом проекте коммерциализации роль автора неоспорима. Без автора невозможен сам результат НИОКР. Однако надо отдавать себе отчет в том, что идея сама по себе стоимости не имеет. Согласно канонам маркетинга, покупатель готов платить лишь за удовлетворение своей потребности. Как же найти способ преобразовать идею в удовлетворение потребности? В этом и состоит суть коммерциализации.

На первом этапе малый бизнес еще способен решить стоящие перед ним проблемы. На втором этапе решение принимает форму руководства к действиям (инструкция – своего рода, опытный образец, прообраз будущего товара). Затем это решение внедряется в конкретных подразделениях, где исследуется его эффективность в реальных условиях (анализ малой серии). На этом этапе (доводка, доработка, малое серийное производство) малый бизнес и сталкивается со

значительными трудностями различного характера, в первую очередь, финансовыми. Этап доводки требует значительных материальных затрат, когда еще нет дохода от самого изобретения, и связан с риском. Выполнить этот этап малый бизнес самостоятельно, как правило, не в состоянии. Еще в 1960 г. на конференции, посвященной фундаментальным академическим и промышленным исследованиям, состоявшейся в США, отмечалось, что «на каждый доллар, затраченный на фундаментальные и прикладные исследования, необходимо 10 долларов, чтобы подготовить исследования к производству товара, и 100 долларов, чтобы внедрить их в производство и продвинуть на рынок товар, созданный в результате исследования»¹.

На третьем этапе затраты связаны с изучением рынка, потребностей потребителей, рекламой, транспортными и складскими расходами. Необходима помощь крупного бизнеса и государства. И здесь образуется главный барьер.

Чтобы еще более четко обозначить проблемы, существующие в малых инновационных предприятиях при вузах, в начале 2013 года мы провели сплошное социологическое исследование руководителей МИПов при вузах Ярославской области посредством анкетирования. Анкета включала 23 вопроса и позволила выявить текущее положение деятельности, количество сотрудников, число научных разработок, чистую прибыль за 2012 год, основные результаты исследовательской деятельности, потребителей, каналы информирования о своей деятельности.

В опросе приняли участие руководители всех 56 малых инновационных предприятий при вузах Ярославской области. Именно столько МИП зарегистрировано в регионе по состоянию на 01 января 2013 года. Далее информация была обработана посредством программного обеспечения SPSS Statistics. На рисунке 1 обозначены барьеры, мешающие деятельности малых инновационных предприятий, по мнению руководителей МИП при вузах Ярославской области.

¹ Proceedings of a Conference on Academic and Industrial Basic Research. Princeton, 1960. P.4.

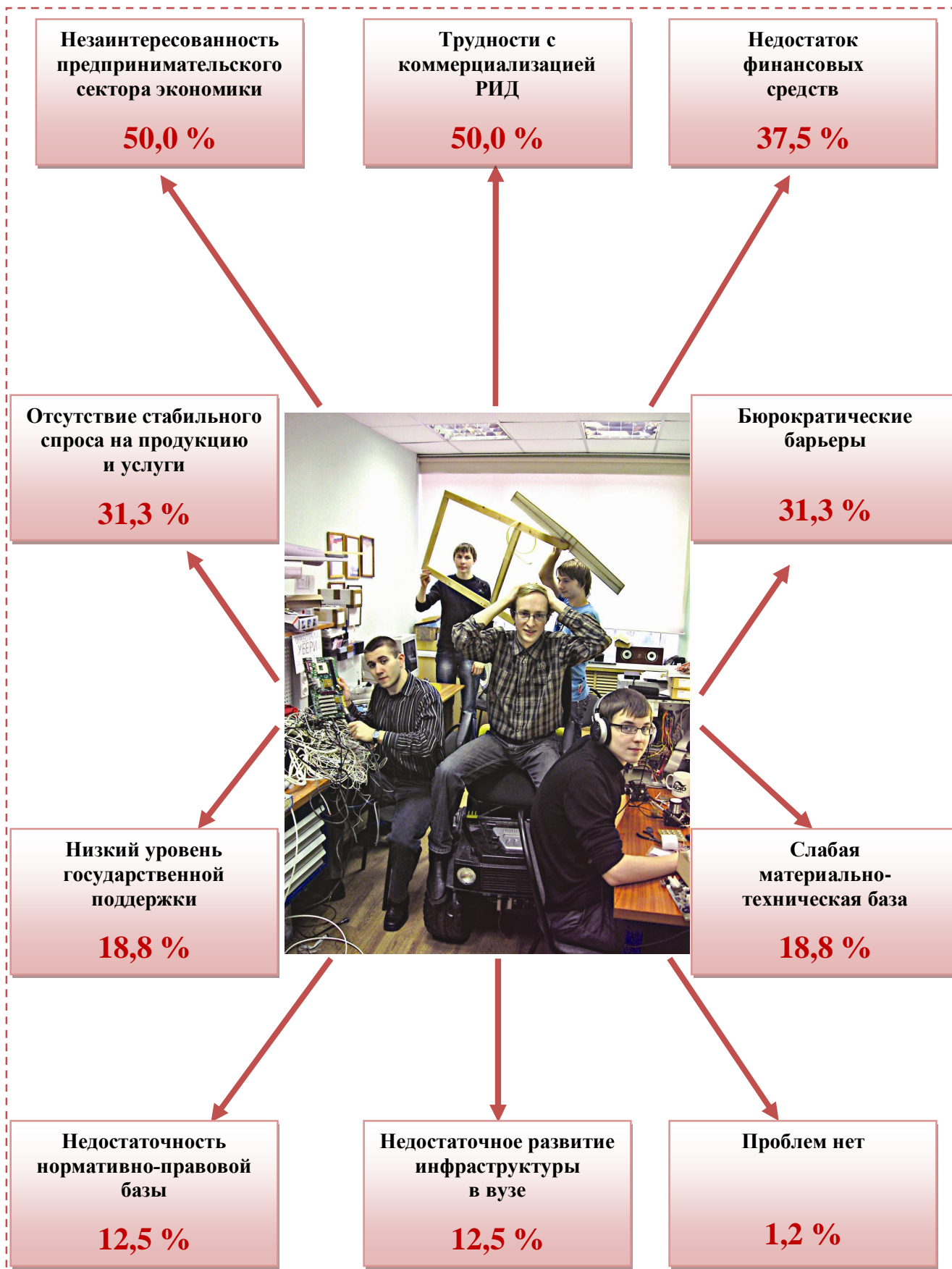


Рисунок 1 – Барьеры, мешающие деятельности малых инновационных предприятий (по мнению руководителей МИП при вузах Ярославской области)
(Респондент при ответе на вопрос мог выбрать несколько вариантов ответа)

В этой связи необходим четкий механизм взаимодействия между образованием, наукой, производством и потреблением, начиная непосредственно с создания интеллектуального продукта в виде новых идей, концепций, технологий, методов. От того, насколько тесно взаимодействуют органы власти и сфера интеллектуального производства, во многом зависит степень развития создаваемого интеллектуального продукта в регионе. Для этого мы предлагаем следующую модель.

Необходимо создание в регионе такого центра, который обеспечивал бы поиск и привлечение к сотрудничеству инициаторов инновационных разработок, экспертизу предложений, выделение средств на первую фазу проекта, привлечение инвесторов или согласование финансирования второй фазы проекта и выход из капитала проектной компании. По сути, это государственный бизнес-ангел с той поправкой, что венчурные бизнес-ангелы финансируют сами разработки, а предлагаемый нами центр позволяет изобретателям и компаниям дойти до инвестора. В создании механизма связи между наукой и практической экономикой, это, возможно, именно то звено, которого не хватает региональной инновационной экономике в цепочке «идея – проект – финансирование – внедрение – производство – коммерческий результат». Обобщенно обозначим этот блок «фонды поддержки».

Как мы уже отметили, одним из основных барьеров на пути коммерциализации интеллектуального продукта высшей школы является финансирование. Однако если рассматривать данную проблему с точки зрения административного аспекта, то можно сделать следующий вывод: в силу специфики государственного и территориального устройства региональная власть не должна финансировать фундаментальные разработки, в том числе, и разработки высшей школы – это сфера компетенции государства. Регион также законодательно не обязан финансировать сам процесс изобретения – этим занимается бизнес и специальные институты, которые для этого существуют.

Использование интеллектуального продукта в рамках территории должно основываться, по нашему мнению, на принципах интеграционного взаимодействия

образования, науки, властных структур, инвесторов, производителей, потребителей; на активных маркетинговых исследованиях, приоритетной ориентации на потребителя. Такое сотрудничество, начиная непосредственно с создания интеллектуального продукта в виде новых идей, концепций, технологий, методов с учетом запросов потребителя позволит, к примеру, снизить уровень риска вложений предпринимателей при доведении продукта до коммерческого использования, сократить затраты потребителя на доводку и адаптацию интеллектуального продукта к его запросам и потребностям. Важно подчеркнуть, что высшее образование относится к унаследованным системам, где действие обусловливается отложенным эффектом. В этой связи, на наш взгляд, необходимо уделять интеллектуальному продукту особое внимание, создавать некий интеллектуальный потенциал территории и определять, какой эффект будет получен от этого в будущем для устойчивого развития территории.

Для того чтобы такое взаимодействие между системой высшего образования и региональными органами власти было возможным, представляется необходимым также:

- 1) проведение соответствующих обучающих семинаров, а также региональных, межрегиональных и федеральных конференций с участием потенциальных инвесторов и представителей региона;

- 2) создание информационной системы, содержащей сведения о необходимых для использования в экономике региона создаваемых или уже созданных интеллектуальных продуктах.

Данная модель представлена на рисунке 2.

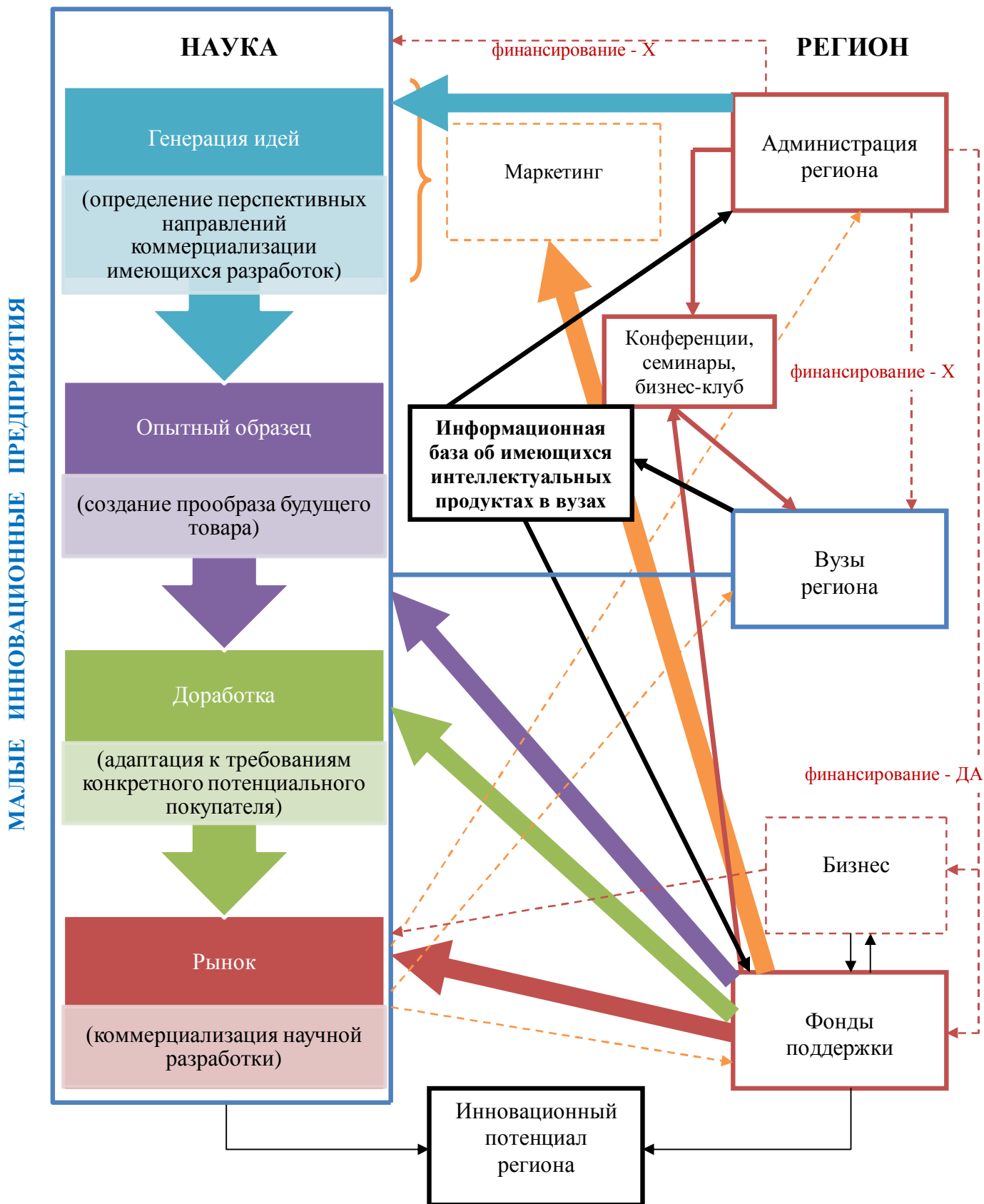


Рисунок 2 – Предлагаемый механизм связи между наукой и практической экономикой

Рассмотрим предлагаемый нами алгоритм взаимодействия между образованием, наукой, производством и потреблением через призму возможных сценариев развития.

Сценарий 1: ключевая роль в цепочке принадлежит региональным органам власти.

В силу специфики государственного и территориального устройства региональная власть не должна финансировать фундаментальные разработки, в том числе, и разработки высшей школы – это сфера компетенции государства. Таким образом, региональная власть не может влиять на научные разработки, создаваемые в вузе, напрямую. Но поддержка в данном случае возможна посредством кооперации с фондами поддержки. При этом поддержка со стороны региональных властей может заключаться не только, и не столько в финансировании, сколько в поддержке готового продукта посредством административного ресурса, возможного продвижения его на рынок. В таком случае власть должна быть заинтересована в создаваемом продукте и иметь в результате коммерциализации такого продукта какой-либо эффект (социальный, экономический). Еще одна выгода для власти региона будет заключаться в росте инновационного потенциала в результате накопления создаваемых интеллектуальных продуктов. По нашему глубокому убеждению, без составляющей «администрация региона» данный механизм будет не осуществим. Без нее не вывести продукт на рынок.

Сценарий 2: ключевая роль принадлежит вузам региона.

На рисунке 2 «вузы региона» соединены с блоком «малые инновационные предприятия». В данном случае речь идет о внутренней среде вуза, поскольку руководство высших учебных заведений самостоятельно принимает решение о создании на их базе малых инновационных предприятий, вкладывает собственные средства в уставный капитал и средства на развитие фирмы. В результате коммерциализированный интеллектуальный продукт будет приносить финансовый эффект, что выгодно и самому вузу, и малому инновационному предприятию. Таким образом, социального или экономического эффекта регион не получит. Но, на наш

взгляд, интеллектуальный продукт высшей школы обладает полезностью для всего общества, поэтому в данном случае административный ресурс необходим, допустим, для продвижения продукта на рынке. Для этого, органы региональной власти должны обладать информацией о научных разработках в вузах региона. В данном случае назрела необходимость создания единой информационной базы, Интернет-ресурса создаваемых в вузах интеллектуальных продуктах. Совместно с фондами поддержки руководству региона необходимо проводить семинары, конференции, круглые столы, где у представителей всех участников рассматриваемого нами процесса была бы возможность обсудить назревшие проблемы, обменяться опытом, определить перспективные направления коммерциализации имеющихся разработок.

Сценарий 3: ключевая роль в цепи отводится фондам поддержки.

Существующие в настоящий момент в условиях рыночной экономики различные фонды поддержки могут оказывать масштабную помощь в процессе коммерциализации научной разработки вуза, в том случае, если последний сможет эти фонды своими разработками заинтересовать. В данном случае поддержка такого фонда необходима на всех стадиях коммерциализации. На стадии «генерация идеи» необходимы маркетинговые исследования, которые позволили бы изучить рынок и конкурентоспособность потенциального интеллектуального продукта высшей школы. На стадиях «опытный образец» и «доработка», как мы отмечали ранее, необходимо мощное финансирование, для того чтобы научная разработка вышла на рынок и стала приносить доход, который методом обратной связи получил бы фонд поддержки, сам вуз, регион. В конечном итоге это будет способствовать росту инновационного потенциала региона.

Сценарий 4: ключевая роль в механизме отводится бизнес-структурам.

На рисунке 2 «бизнес» выделен нами пунктирной линией, поскольку, на наш взгляд, его роль в механизме не очевидна. В данном случае бизнес-структуры зависимы от множества внешних и внутренних факторов, и вкладывать деньги в разработку и продвижение на рынок вузовского интеллектуального продукта они вряд ли будут.

Но если региональная власть будет оказывать им содействие через специальные программы, то бизнесу станет выгодно работать в сфере интеллектуального производства. Возможна также кооперация с фондами поддержки.

Мировая практика как раз показывает, что всегда более результативным является частное, частно-государственное и подобное ему инвестирование средств в использование созданных интеллектуальных продуктов в территориальное развитие и развитие производственного потенциала территорий². Негосударственный инвестор, работающий по законам рынка, всегда стремится к максимально эффективному использованию своих капиталов, достижению максимального результата. При этом если муниципальное образование или регион предоставляют инвестору возможности для работы на своей территории и доступ к соответствующим интеллектуальным ресурсам и инфраструктуре, в проект могут включаться дополнительные, социально ориентированные задачи, направленные, например, на создание рабочих мест, улучшение инфраструктуры, повышение качества жизни людей территории.

² Миронов Н.М. Инвестиции для устойчивого развития территории // Практика муниципального управления. 2010. №5.